



Les marchés publics : Réglementation, actualités et opérationnalité

Vendredi 1er avril 2011

La cible

Toute personne touchant de près ou de loin aux marchés publics.

Le concept

Animation en duo pour alterner les approches réglementaires, techniques et le vécu opérationnel. Présentation de quelques outils concrets issus des réflexions du GECO et au sein des entreprises.

Le programme

1^{ère} partie

Les marchés publics : Enjeux, procédures, perspectives.

Le code des marchés publics

- Les fondements et les principes du code.
- Responsabilisation de l'acheteur.
- De nouveaux droits pour les fournisseurs.
- Préparation des marchés et définition des besoins.
- Seuils et procédures.
- Seuils et publicité.

Qui sont les acheteurs publics ?

- Une personne morale : le pouvoir adjudicateur.
- Un acheteur public = un ou plusieurs acheteurs.
- Objectifs de l'acheteur.
- Disparité de taille et de moyens.
- Les grands établissements.
- Les petits établissements.
- Les groupements de commande : évolution, organisation.
- Leur avenir.

Les procédures d'achat

- Les MAPA : MAPA et publicité adaptée et déroulement d'un MAPA.
- L'appel d'offre : ouvert ou restreint.
- Les accords-cadres.
- L'acquisition dynamique.
- Les enchères inversées.

Les mécanismes de sélection des produits

- Les critères de sélection des produits.
- Les variantes.
- Pondération des critères.
- La sélection des produits en appel d'offre.
- L'achat de nouveaux produits.

Les différentes pièces d'un marché

- Règlement de consultation.
- Cahier des clauses administratives générales.
- Clauses administratives particulières.
- Cahier des clauses techniques particulières.

2^{ème} partie

Les approches techniques vues par les fabricants et le vécu opérationnel

Les attendus

- Apporter la vision d'un marketing au service des ventes.
- Lister les questions spécifiques liées à l'achat public, les contraintes, le vécu des acheteurs et des distributeurs, l'adéquation produit, la stratégie à mettre en œuvre pour y avoir accès.
- Décrire les points-clés du produit à développer pour entrer dans les marchés et les conséquences sur la façon d'accompagner la démarche commerciale.

Durée de la formation

1 journée.

Intervenants

Vincent DETIS
Brigitte TROËL, GECO

Coût de la formation

Tarif membre : 460 €HT - 550,16 €TTC

Tarif non membre : 645 €HT - 771,42 €TTC